

VIZIUNEA ȘI MISIUNEA UNIVERSITĂȚII. STUDIU DE CAZ – ACADEMIA DE STUDII ECONOMICE DIN BUCUREȘTI

*Prof. univ. dr.dr.dr.h.c. Constantin Brătianu,
Asist. univ. drd. Ionela Jianu
Academia de Studii Economice, București*

Abstract. *The purpose of this study is to present the meaning of the vision and mission statements for a university, in a strategic management reference. We will consider the vision and mission statements of some known world class universities, in order to illustrate the essential points of such formulations. Then, we will perform a critical analysis of the existing vision and mission statements of the Academy of Economic Studies from Bucharest and suggests new statement formulations, as they are essential elements for university strategy.*

Key words: competitive advantage, mission, vision, strategic management, university.

1. Introducere

România este semnatară a Declarației de la Bologna din 1999 și membră a Uniunii Europene începând cu 1 ianuarie 2007. Acest lucru implică, printre altele, că universitățile din România se vor afla în curând într-un mediu concurențial puternic, total diferit de climatul de seră oferit de monopolul guvernamental asupra sistemului național de învățământ (Brătianu și Lefter, 2001). Statutul de *universități de stat* nu le va ajuta prea mult în noua piață creată prin realizarea Spațiului European al Învățământului Superior. *De aceea este necesar ca fiecare universitate, în parte, să își redefinească viziunea, misiunea și să își dezvolte capacitatea de a fi competitivă într-un mediu puternic concurențial* (Brătianu, 2005b; Brătianu, 2005c).

Prezenta lucrare are la bază o serie de cercetări realizate de autori în cadrul programului prioritar de cercetare al Academiei de Studii Economice (ASE) din București intitulat *Strategia de dezvoltare a Academiei de Studii Economice în perioada 2007-2013*, coordonat de prof. univ. dr. Ovidiu Nicolescu.

2. Viziunea și misiunea universității

Conceptul de *viziune* pentru o organizație se definește în zona de inefabil a managementului strategic, dar el operează prin oameni în zona pragmatică a lui. Viziunea unei organizații reprezintă o stare ideală proiectată în viitor și care configurează o posibilă și dezirabilă dezvoltare a organizației respective. Viziunea presupune o gândire dinamică și capabilă să evalueze pe termen lung șansele reale de dezvoltare ale organizației. Această capacitate de a vedea în timp și de a consemna în viitorul virtual al organizației imaginea ei nu o are oricine. De aceea, nu orice dorință personală sau speranță împărtășită poate contribui la crearea unei viziuni (Brătianu, 2005a; Hill și Jones, 1998; Hitt et al., 1999). O viziune bună, deci o viziune care să aibă succes, trebuie să se caracterizeze prin următoarele elemente:

- starea ideală care se proiectează în viitor trebuie să fie înrădăcinată în prezentul organizației;

- creatorii acestei viziuni trebuie să conștientizeze dificultățile care vor fi întâmpinate și provocările la care este supusă organizația;

- viziunea creată trebuie să genereze o atitudine de încredere în viitor și în posibilitățile organizației de a se dezvolta în sensul transformării viziunii propuse în fapte;

- o viziune bună oferă posibilitatea tuturor membrilor organizației să își identifice interesele și deci să își construiască motivația necesară pentru transpunerea ei în viață;

- o viziune bună este aceea care poate fi împărtășită de toți membrii organizației, și nu numai de o parte a lor. Aceasta înseamnă ca ea să fie acceptată și să genereze idei și atitudini novatoare.

O viziune performantă ține cont de existența principalilor stakeholderi ai organizației, de interesele și potențialul acestora. Existența sau crearea unei viziuni bune este o condiție intrinsecă dezvoltării oricărei organizații. Fără viziune, organizația este condamnată la stagnare, la involuție sau chiar la faliment dacă operează într-un mediu puternic concurențial. O viziune bună se poate naște dintr-o dorință, dar nu se identifică cu ea, deoarece viziunea este un rezultat rațional al voinței de dezvoltare și de succes, bazată pe cunoaștere și luarea în considerare a contextului în care se manifestă organizația respectivă.

Conceptul de *misiune* a unei organizații se referă la rațiunea de a fi a organizației respective și de a crea valoare pentru societate. Misiunea sintetizează legea existențială a organizației și explicitează viziunea ei. Misiunea determină evoluția organizației, în sensul transformării viziunii în realitate (Hill și Jones, 1998; Hitt et al., 1999). În timp ce viziunea exprimă o stare ideală posibilă, misiunea exprimă o evoluție programatică spre această stare. Viziunea se concentrează pe imaginea internă a organizației și pe aspirațiile managementului de vârf, în timp ce misiunea se concentrează pe imaginea externă a organizației și pe determinanții sau factorii decizionali ai managementului. Pe scurt, misiunea unei organizații comunică ceea ce este organizația respectivă și ce vrea ea să facă pentru această societate. O bună formulare a misiunii unei organizații trebuie să conțină următoarele elemente importante (Brătianu, 2005a; Peters și Waterman, 1995):

- o exprimare generală a viziunii;
- o indicare a valorilor fundamentale pe care și le asumă managementul de vârf al organizației;

- o articulare a obiectivelor fundamentale sau strategice ale organizației;

- luarea în considerare la un nivel rezonabil a intereselor și potențialului principalilor stakeholderi.

Aceste elemente trebuie să fie realiste și convingătoare atât pentru angajații organizației, cât și pentru cei care sunt sau care pot fi clienții organizației. O misiune exprimată în termeni bombastici și fără acoperire nu poate decât să conducă la pierderea credibilității și, pe termen lung, la un declin al organizației care nu este capabilă să se ridice la nivelul misiunii asumate. De aici decurge și dificultatea formulării clare și convingătoare a misiunii. Cu atât mai greu este de formulat misiunea unei universități, instituție de învățământ superior a cărei misiune este considerată cunoscută în mod implicit. Realitatea a demonstrat însă că este nevoie ca misiunea universității să fie formulată explicit și făcută cunoscută publicului larg. Ea este în același timp un produs și un proces (Detomasi, 1999).

Ca *produs*, elaborarea misiunii asigură fundamentul pentru formularea adecvată a obiectivelor strategice și constituie o direcționare a planului strategic. Totodată, ea constituie un document valoros pentru marketingul universitar.

Ca *proces*, misiunea se formulează și rafinează în etape succesive de consultare a cadrelor didactice și a studenților din universitate, precum și a unui segment cât mai

Viziunea și misiunea universității. Studiu de caz – Academia de Studii Economice din București

reprezentativ din mediul extern. Formularea misiunii consumă mult timp și generează tensiuni multiple atât în mediul intern, cât și în mediul extern al universității. De exemplu, formularea misiunii Universității Calgari, din Canada, a fost un proces iterativ foarte complicat care a durat 18 luni (Detomasi, 1999). La sfârșitul acestui proces se poate spune că formularea misiunii are două importante consecințe pragmatice:

- este un proces educațional atât pentru managementul universitar, cât și pentru membrii comunității academice, profesori și studenți;
- este un prolog la dezvoltarea planului strategic, deoarece o bună formulare a misiunii universității facilitează o formulare clară a obiectivelor strategice.

Având în vedere aceste aspecte, universitățile din Marea Britanie, SUA, Canada, Japonia și alte țări cu un puternic învățământ superior și-au formulat misiunile, pe care le fac cunoscute prin toate documentele de prezentare a comunității academice respective. Pentru a ilustra aceasta, vom prezenta în cele ce urmează câteva exemple de formulări pentru viziunea și misiunea universității.

3. Exemple de formulări pentru viziunea și misiunea universității

Viziunea Universității Westminster din Marea Britanie

În noul mileniu, *Universitatea Westminster* va fi recunoscută pe plan național și internațional pentru:

- o înaltă calitate, accesibile dar provocatoare programe universitare și de cercetare, servicii de expertiză;
- o puternică motivație, angajare și atitudini profesionale din partea corpului profesoral și a studenților;
- climatul intelectual oferit ca suport pentru studenți și profesori;
- rolul educațional de lider în regenerarea Londrei;
- dezvoltarea de relații mutuale benefice cu industria și comerțul;
- experiența educațională deosebită oferită pentru mediul internațional.

Misiunea Universității Westminster din Marea Britanie

Misiunea *Universității Westminster* este să ofere educație și cercetare la un înalt standard de calitate în context național și internațional pentru dezvoltarea intelectuală, socială și profesională a individului și pentru îmbogățirea economică și culturală a orașului Londra și a unor comunități mai largi. Misiunea universității constituie sursa de elaborare a obiectivelor strategice. Pentru *Universitatea Westminster* aceste obiective strategice au fost gândite să permită intrarea cu bine a universității în noul mileniu. Obiectivele strategice au fost grupate tematic, fiecare obiectiv fiind detaliat în cadrul Planului strategic. Vom prezenta numai formularea lor, fără detalierea structurală și funcțională care există în planul strategic și care dă consistență și garanție că toate aceste obiective pot fi realizate.

Conducere și structură instituțională

- să se continue funcționarea unei echipe manageriale puternice și să se implementeze o nouă structură managerială sub conducerea rectorului universității;
- să se creeze și să se susțină o cultură instituțională și managerială responsabilă, care să-și propună obținerea celor mai bune rezultate în condițiile folosirii minime a resurselor;
- să se întărească spiritul de responsabilitate și răspundere, împreună cu creșterea valorificării oportunităților.

Procesul de învățământ și de cercetare

- să se realizeze evaluarea continuă a procesului de învățământ și de cercetare, punându-se accentul pe calitate, inovare, marketing și folosirea eficace și eficientă a resurselor;
- să se identifice în mod clar care sunt obiectivele programelor de studii universitare și care sunt resursele necesare pentru realizarea lor;
- să se revadă structura și conținutul programului de studii universitare și să se evalueze condițiile necesare pentru ca acestea să permită obținerea obiectivelor propuse. Să se renunțe la acele cursuri sau capitole care nu contribuie la valoarea intelectuală a formării viitorilor specialiști sau la desfășurarea eficientă a procesului de învățământ;
- să se facă marketingul serviciilor educaționale, de cercetare și de consultanță, cu intervenția directă a profesorilor renumiți ai universității și folosind mecanisme promoționale eficiente, capitalizând astfel asupra unei imagini puternice a numelui de Westminster;
- să se folosească alianțe strategice cu alte instituții de învățământ superior valoroase, în vederea realizării împreună a unor programe universitare de maxim interes pentru studenți;
- să se formeze alianțe puternice cu angajații unor organizații profesionale, de interes național și internațional, în vederea sprijinirii absolvenților în găsirea unor joburi cât mai relevante pentru pregătirea lor.

Resurse umane

- să se implementeze o strategie pentru îmbunătățirea performanțelor resurselor umane, precum și pentru îmbunătățirea relațiilor cu industria;
- să se realizeze programe pentru creșterea performanțelor resurselor umane, atât în segmentul cadrelor didactice, cât și în cel al studenților.

Resurse și operații

- să se dezvolte un sistem bine definit și înțeles de alocare a resurselor;
- să se dezvolte un sistem de suport pentru studenți și profesori, care să funcționeze pe baza relației cost-eficiență;
- să se realizeze un control puternic din partea echipei manageriale asupra resurselor financiare proprii și a alocațiilor de la buget. Să se continue dezvoltarea unor scheme de pensionare la timp și chiar în avans, în anumite situații;
- să se dezvolte și să se implementeze strategii pentru atragerea de resurse financiare cât mai importante din sectorul privat;
- să se dezvolte infrastructura universității astfel încât să se creeze condiții cât mai bune de studiu și creație pentru profesori și pentru studenți.

O analiză atentă a acestor obiective strategice formulate de *Universitatea Westminster* demonstrează faptul că managementul strategic este un proces orientat pe obiective majore, a căror realizare este proiectată în timp. Obiectivele strategice preiau din viziunea și misiunea organizației ideile și determinările fundamentale și condensează în ele întreaga voință și capacitate a ei de dezvoltare și de împlinire, în contextul creării unei competitivități strategice.

Misiunea Universității Imperial College din Londra, Marea Britanie

Misiunea universității se concretizează prin realizarea următoarelor obiective:

- să fie considerată printre cele mai bune instituții din lume, pentru cercetare, învățământ și educație în inginerie, știință și medicină;
- să atragă cei mai capabili studenți din întreaga lume și să îi educe astfel încât să promoveze excelența, originalitatea și viziunea;

Viziunea și misiunea universității. Studiu de caz – Academia de Studii Economice din București

- să ofere un mediu intelectual în care cercetarea originală și aplicarea ei, în orice domeniu, să înflorească;
- să comunice unei comunități cât mai largi semnificația și importanța cercetării științifice în general și cea desfășurată în cadrul acestei universități, în particular.

Misiunea Universității Reading din Marea Britanie

Scopul fundamental al universității este excelența în procesul de învățământ și cercetare, într-un spectru foarte larg de discipline. Ea își propune să obțină această excelență printr-un climat intern stimulator intelectual atât pentru studenți, cât și pentru profesori, climat care este sensibil la nevoile naționale și internaționale. Universitatea recunoaște necesitatea unui management eficient al tuturor resurselor ei, indiferent de unde provin ele.

Misiunea Universității Oxford din Marea Britanie

Universitatea Oxford are ca scop să realizeze în mod sustenabil excelența în fiecare domeniu al învățământului și al cercetării în care activează, menținând și dezvoltând poziția sa istorică de universitate de clasă mondială și contribuind la îmbogățirea comunităților internaționale, naționale și regionale prin rezultatele cercetării științifice și abilitățile absolvenților ei. Pentru a realiza această misiune, universitatea:

- va asigura suport și facilități corpului profesoral pentru a promova cercetări științifice inovative, bazate pe succesele de excepție obținute până acum; va răspunde cerințelor de dezvoltare a mediului intelectual al societății, în ansamblul ei; va forja legături strânse cu mediul academic din întreaga lume, cu industria și cu mediul de afaceri;
- va promova un învățământ provocator și riguros care să beneficieze din interacțiunea cu cercetarea științifică, facilitând schimbul de idei prin programe tutoriale și învățarea în grupuri mici, beneficiind de bibliotecile, muzeele și colecțiile științifice, și îi va pregăti pe absolvenți să joace un rol important la nivel național și internațional;
- va menține și va folosi cât mai bine avantajele colegiilor ei independente, unde se stimulează dezvoltarea intelectuală și personală a cadrelor didactice, într-o comunitate academică multidisciplinară, prin oferirea unor servicii-suport de înaltă calitate;
- va atrage studenți de cel mai înalt calibru, din Marea Britanie și din mediul internațional, la programele oferite de licență, de masterat și doctorat, precum și la cele de educație continuă, prin extinderea accesului studenților veniți din diferite medii și cu diferite pregătiri educaționale primare.

Misiunea Universității Cambridge din Marea Britanie

Misiunea universității este aceea de a-și aduce contribuția la dezvoltarea societății prin realizarea unor programe de învățământ și de cercetare științifică la cel mai înalt nivel internațional de excelență. Misiunea se bazează pe următoarele valori fundamentale ale universității:

- libertatea de gândire și de exprimare;
- încurajarea unui spirit interogativ;
- un spectru larg de cursuri în toate programele universitare;
- calitate și profunzime în toate cursurile oferite;
- legături strânse între învățare și cercetare;
- suport puternic atât pentru cercetările individuale, cât și pentru cele de grup;
- dezvoltarea abilității studenților de a învăța, în întreaga lor viață;

Management & marketing

- recunoașterea și recompensarea personalului universitar, cea mai importantă resursă a universității;
- încurajarea dezvoltării carierei universitare pentru toți membrii comunității academice;
- cel mai larg posibil acces al candidaților la universitate;
- contribuția pe care o poate face universitatea la dezvoltarea societății prin generarea, diseminarea și aplicarea cunoștințelor;
- valorificarea oportunităților de parteneriate inovative cu mediul de afaceri.

Misiunea Universității Kyoto din Japonia

Misiunea *Universității Kyoto* este de a susține și a dezvolta angajamentul ei istoric pentru promovarea libertății academice și realizarea unei coexistențe armonioase cu comunitatea umană și ecologică de pe această planetă.

Cercetarea științifică

1. *Universitatea Kyoto* va genera cunoștințe la nivel mondial prin libertatea și autonomia cercetării științifice, în conformitate cu înalte standarde de etică.

2. Ca o universitate care cuprinde multe facultăți și școli doctorale, centre și institute de cercetare științifică, *Universitatea Kyoto* se va strădui să realizeze un spectru larg de cercetări fundamentale și aplicative în științele umaniste, științele exacte, științele naturii și tehnologie, încercând să integreze totodată aceste perspective diferite.

Educație

3. Având în vedere spectrul larg și variat al programelor de studii, *Universitatea Kyoto* va transmite cunoștințe de calitate înaltă și va promova învățarea independentă și interactivă.

4. *Universitatea Kyoto* va educa cercetători și specialiști remarcabili, care vor contribui în mod responsabil la dezvoltarea umană și ecologică a comunității mondiale.

Relația cu societatea

5. Ca o instituție cu un spectru larg de angajare socială, *Universitatea Kyoto* va încuraja cooperarea cu mediul social local și național și va disemina cunoștințe în perspectiva idealului de libertate și a unei coexistențe pașnice.

6. Ca o instituție internațională, *Universitatea Kyoto* va promova schimburile academice internaționale și prin aceasta va contribui la starea de bine a lumii.

Administrația

7. Având în vedere dezvoltarea liberă a învățării, *Universitatea Kyoto* va acorda respectul cuvenit independenței administrative a fiecărei componente instituționale, promovând în același timp cooperarea dintre ele.

8. *Universitatea Kyoto* va realiza un management care să respecte drepturile omului, să acorde atenție mediului ambiant și să fie responsabil față de societate.

Misiunea Universității Columbia din SUA

Universitatea Columbia este unul dintre cele mai importante centre de cercetare din lume și în același timp este unul dintre cele mai distinctive și remarcabile medii de învățare pentru studenți în multe domenii academice și profesionale. Universitatea recunoaște importanța situației ei în orașul New York și face eforturi de a lega activitățile ei de cercetare și de

Viziunea și misiunea universității. Studiu de caz – Academia de Studii Economice din București

învățământ de vastele resurse ale unei metropole. Ea urmărește să atragă un corp profesoral și studențesc divers și internațional, capabil să realizeze un învățământ și o cercetare care să răspundă problemelor globale și să creeze relații academice cu multe țări și regiuni. Universitatea își propune ca toate componentele ei să genereze și să promoveze cunoaștere și învățare la cel mai înalt nivel și să transmită produsele acestor eforturi în întreaga lume.

Misiunea Universității din Toronto, Canada

Universitatea din Toronto este determinată să fie o universitate de cercetare semnificativă pe plan internațional, cu programe universitare de calitate excelentă. Universitatea este determinată să continue realizările ei deosebite de până acum și să își întărească programele de învățământ și de cercetare. Ea va rămâne o universitate mare și va continua să valorifice avantajele ce decurg de aici prin încurajarea pregătirii universitare într-o varietate de discipline în domenii umaniste, științe sociale, științe exacte și ale naturii, științe tehnice.

Misiunea Universității Babeș-Bolyai din Cluj-Napoca

Universitatea Babeș-Bolyai este o instituție publică de învățământ superior a cărei misiune este să promoveze și să susțină, în comunitatea locală, regională, națională și internațională, dezvoltarea unor componente culturale specifice. În contextul actual, aceste componente sunt:

- o cultură a acțiunii bazate pe cunoaștere sistematică și inovatoare (cultură a competenței științifice și tehnologice, a competenței organizaționale și a competenței cetățenești);
- o cultură a învățării permanente și inovatoare;
- multiculturalitate, dialog intercultural și interconfesional; o cultură a dezvoltării personale și morale;
- o cultură a atitudinii proactive și participării; o cultură a dezvoltării personale;
- o cultură a integrării în diversitate și a globalizării, în condiții de respect al identității și de reciprocitate.

Misiunea Universității de Vest din Timișoara

Universitatea de Vest din Timișoara își asumă următoarea misiune complexă:

- promovarea învățământului și a cercetării științifice, ambele situându-se permanent în serviciul și în ritmul de evoluție ale unei societăți bazate pe valorile cunoașterii;
- situarea vieții academice și, indirect, a altor domenii de cunoaștere, în contextul european și mondial;
- contribuția la dezvoltarea locală, regională și națională din punct de vedere social, economic, cultural, politic, printr-o implicare puternică în viața comunitară.

Misiunea Universității „Alexandru Ioan Cuza” din Iași

Universitatea „Alexandru Ioan Cuza” își asumă un rol fundamental în crearea și teaurizarea valorilor culturii și civilizației, în promovarea cercetării științifice, participarea culturii și științei românești la circuitul mondial de valori spirituale, afirmarea identității culturale naționale și dezvoltarea societății românești în cadrul unui stat de drept, liber și democratic. Universitatea își îndeplinește misiunea prin:

- formarea de specialiști pentru învățământ, știință, cultură și activități social-economice;
- perfecționarea continuă a absolvenților în spiritul progresului cunoașterii și al educației permanente;

- articularea permanentă la viața științifică și culturală universală;
- promovarea valorilor culturii și spiritualității naționale și universale;
- dezvoltarea în interiorul său a unor puternice centre de cercetare științifică; participarea la realizarea unor proiecte științifice de interes major.

4. Analiza critică a formulării viziunii și misiunii ASE

Formularea actuală a misiunii ASE

Academia de Studii Economice din București are ca scop fundamental pregătirea viitorilor economiști, derularea programelor de educație continuă (postuniversitare, master, doctorat, perfecționare etc.), precum și cercetarea științifică în domeniul economic. Academia de Studii Economice din București dorește să rămână cea mai prestigioasă instituție de învățământ superior economic și de administrație publică din România și să se califice printre primele universități din Europa prin conținutul și modernitatea procesului de învățământ, dinamismul inovării, implicarea în raporturi strategice de parteneriat cu mediul economic și social național și internațional. Prin programe de învățământ derulate pe facultăți și specializări, Academia de Studii Economice din București asigură societății românești și, în principal, economiei naționale, economiști și specialiști în administrația publică. Totodată, asigură continuarea studiilor prin învățământ de masterat, cursuri postuniversitare și doctorat, în cadrul acestora fiind incluși absolvenți ai învățământului superior. Academia de Studii Economice din București urmărește să fie remarcată printre instituțiile de prestigiu în domeniul economic pe plan mondial.

În contextul referențial al formulărilor prezentate mai sus, vom analiza în cele ce urmează formularea actuală a misiunii ASE, formulare promovată în documentele universității începând cu anul universitar 2005-2006. Prin comparație cu exemplele de misiuni prezentate mai sus, precum și cu cerințele unei formulări de succes a unei misiuni, se pot face următoarele observații la formularea misiunii ASE:

- este lungă, compactă și nestructurată pe idei majore, astfel încât atunci când este citită nu reușește să imprime un mesaj distinct;
- folosește un stil explicativ și nu centrat pe cuvinte-cheie; de exemplu, „...de educație continuă (postuniversitare, master, doctorat, perfecționare etc.)”, „...asigură societății românești și, în principal, economiei naționale ...”;
- conține repetiții; de exemplu, „...de educație continuă (postuniversitare, master, doctorat, perfecționare etc.)...” „...Totodată, asigură continuarea studiilor prin învățământul de masterat, cursuri postuniversitare și doctorat, în cadrul acestora fiind incluși absolvenți ai învățământului superior”;
- conține elemente implicite, care devin semantic redundante și deci obositoare într-o astfel de formulare; de exemplu, în formularea de mai sus se spune că la aceste cursuri de masterat și doctorat participă absolvenți de învățământ superior, ceea ce este cunoscut prin lege – nu constituie un element specific al ASE-ului;
- centrarea misiunii se face pe *produsul tangibil*, care este reprezentat de cuvântul „economiști” și nu pe *produsul generic și intangibil*, reprezentat de cunoștințe, abilități și cunoaștere: „Academia de Studii Economice din București are ca scop fundamental pregătirea viitorilor economiști...”;

Viziunea și misiunea universității. Studiu de caz – Academia de Studii Economice din București

- formularea reflectă o gândire pasivă și nu proactivă; de exemplu „....Academia de Studii Economice din București urmărește să fie remarcată printre instituțiile de prestigiu în domeniul economic pe plan mondial”;

- permite cercetarea, care, alături de formare, reprezintă dimensiunea esențială a universității moderne.

O formulare de succes a misiunii se poate obține numai printr-un proces iterativ, la care participă întreaga comunitate universitară sau, în cel mai limitativ caz, întregul corp profesoral al universității. Acest proces are două etape distincte:

- definirea valorilor fundamentale specifice comunității academice;
- definirea misiunii, care să reflecte aceste valori.

Orice formulare propusă de o singură persoană sau de un grup restrâns de persoane riscă să nu surprindă cele mai semnificative elemente care să dea forță misiunii universității. De aceea, vom propune o *formulare generică* de viziune și, respectiv, de misiune pentru Academia de Studii Economice din București.

Viziunea ASE

Viziunea Academiei de Studii Economice din București este de a fi lider național în învățământul și cercetarea științifică economică și de a fi printre cele mai bune universități europene în domeniu.

Misiunea ASE

Misiunea Academiei de Studii Economice din București este de a promova învățământ și cercetare în domeniul economic la standarde de excelență internaționale, prin:

- oferirea unui *spectru larg de cursuri universitare creative și provocatoare care să integreze rezultatele cercetării științifice și să contribuie la dezvoltarea capitalului intelectual al studenților;*

- *realizarea unor parteneriate academice internaționale cu universități de elită;*
- *integrarea centrelor de cercetare în rețele europene de excelență și realizarea de cercetări fundamentale și aplicative, generatoare de cunoaștere;*
- *dezvoltarea unui corp profesoral valoros și a unui management academic performant;*
- *realizarea unor parteneriate flexibile cu mediul de afaceri național și internațional;*
- *armonizarea și promovarea valorilor științifice, culturale și etice în comunitatea regională, națională și internațională.*

Cu alte cuvinte, misiunea ASE este de a crea un mediu de învățământ și cercetare pentru studenți, cadre didactice și cercetători, favorizant comunicării, creativității și obținerii de performanțe didactice și științifice ridicate, care să-i consolideze poziția de lider național în învățământul universitar economic și s-o propulseze printre cele mai bune universități europene în acest domeniu (Porter, 2001). Fundamentul unor astfel de performanțe îl poate constitui numai construirea unei puternice comunități academice, în care atragerea, dezvoltarea și promovarea valorilor științifice și didactice să primeze, potențate de preponderența unei culturi bazate pe excelență (Peters și Waterman, 1995).

5. Concluzii

Viziunea și misiunea unei organizații sunt concepte fundamentale cu care operează managementul strategic. Dincolo de căutarea unor formulări sintetice și dense în semnificații, realizarea unor formulări adecvate constituie adevărate încercări de proiecție a organizației

respectiv într-un spațiu virtual, respectiv, într-un viitor probabil, dar care nu există încă. Lucrarea de față și-a propus să analizeze în contextul referențial dat de o serie de universități celebre din lume formularea viziunii și misiunii ASE, în raport cu strategia acestei universități de a se transforma dintr-o instituție dedicată preponderent procesului de învățământ, într-o instituție dedicată deopotrivă învățământului și cercetării. Pe baza unei analize critice a actualei formulări, am propus o nouă formulare pentru viziunea și misiunea ASE.

Bibliografie

- Brătianu, C., Lefter, V. (2001). *Managementul strategic universitar*. București: Rao
- Brătianu, C. (2005a). *Management strategic*. Ediția a VI-a. Craiova: Editura Universității din Craiova
- Brătianu, C. (2005b). Schimbarea de paradigmă în managementul universitar românesc. *Revista de Management și Inginerie Economică*, **4**(3):7-23
- Brătianu U., C. (2005c). Romanian higher education from Berlin to Bergen. *Letters from the Black Sea. International Journal of the Black Sea Universities Network*, **8**(2):34-39
- Hill, C.W.L., Jones, G.R. (1998). *Strategic management*. 4th edition. Boston: Houghton Mifflin Company
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Hoskinsson, R.E. (1999). *Strategic management*. 3rd edition. Cincinnati: South-Western College Publishing
- Peters, T., Waterman, J.R. (1995). *In search of excellence. Lessons from America's best run companies*. London: HarperCollinsBusiness
- Porter, M. (2001). *Avantajul concurențial*. București: Teora